

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK  
BATIK DANAR HADI DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian  
Program Pendidikan Sarjana  
Program Studi Manajemen



Oleh :

**GHOZALI**

**NIM : 2013210492**

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI PERBANAS  
SURABAYA  
2018**

**SKRIPSI**

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN  
TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK  
BATIK DANAR HADI DI SURABAYA**

Diajukan oleh:

**GHOZALI**

**NIM : 2013210492**

Skripsi ini telah dibimbing  
dan dinyatakan siap diujikan

Dosen Pembimbing

Tanggal : 22 Februari 2018

**(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si)**

# SKRIPSI

## PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK BATIK DANAR HADI DI SURABAYA

Disusun oleh

**GHOZALI**

**NIM : 2013210492**

Dipertahankan di depan Tim Penguji  
dan dinyatakan Lulus Ujian Skripsi  
pada tanggal 27 Februari 2018

Tim Penguji

Ketua : Dr. Dra. Tjahjani Prawitowati, MM., Psikolog

Sekretaris : Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si.

Anggota : Laila Saleh Marta', S.Psi., M.MT., Psikolog

## PENGESAHAN SKRIPSI

N a m a : Ghozali  
Tempat, Tanggal Lahir : Sidoarjo, 4 Mei 1995  
N.I.M : 2013210492  
Program Studi : Manajemen  
Program Pendidikan : Sarjana  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
J u d u l : Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kepercayaan terhadap Niat Pembelian Produk Batik Danar Hadi di Surabaya

**Disetujui dan diterima baik oleh:**

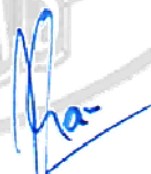
Ketua Program Studi Sarjana Manajemen Dosen Pembimbing,

Tanggal : 2 Mei 2018

Tanggal : 2 Mei 2018



**(Dr. Muazaroh, SE., MT.)**



**(Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si)**

## MOTO

*Lebih baik terlambat  
daripada tidak sama sekali*



## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah senantiasa melimpahkan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kepercayaan terhadap Niat Pembelian Produk Batik Danar Hadi di Surabaya”.

Penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini penulis dengan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Dr. Lutfi, SE, M.Fin selaku Ketua STIE Perbanas Surabaya.
2. Ibu Dr. Muazaroh, SE., M.T, selaku Ketua Program Studi Sarjana Manajemen STIE Perbanas Surabaya.
3. Dr. Drs. Soni Harsono, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang dengan penuh pengertian dan kesabaran telah menyediakan waktu, tenaga, serta pikiran untuk membimbing penelitian ini.
4. Seluruh dosen STIE Perbanas Surabaya beserta seluruh civitas akademika.

Penulis menyadari penelitian ini masih jauh dari sempurna, dikarenakan penulis yang selalu mempunyai kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Semoga penelitian ini dapat berguna dan bermanfaat bagi pembaca.

Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan adanya masukan berupa kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan

skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Surabaya, Februari 2018

Ghozali



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN LULUS UJIAN SKRIPSI.....	iii
PENGESAHAN SKRIPSI .....	iv
MOTO .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRACT .....	xiii
ABSTRAK.....	xiv
 BAB I PENDAHULUAN .....	 1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan penelitian .....	7
1.4 Manfaat penelitian .....	7
1.5 Sistematika Penelitian.....	8
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	 10
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	24
2.4 Hipotesis Penelitian .....	25
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 27
3.1 Rancangan Penelitian.....	27
3.2 Batasan Penelitian.....	27
3.3 Identifikasi Variabel .....	28
3.4 Definisi Operasional .....	28
3.5 Pengukuran Variabel.....	31
3.6 Instrumen Penelitian .....	31
3.7 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.8 Data dan Metode Pengumpulan Data .....	34
3.9 Uji Instrumen Penelitian .....	35
3.10 Teknik Analisis Data .....	38
 BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA .....	 42
4.1 Gambaran Subyek Penelitian.....	42
4.2 Analisis Data.....	47
4.3 Pembahasan .....	63



BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan .....	68
5.2 Keterbatasan.....	69
5.3 Saran .....	69

## DAFTAR RUJUKAN

## LAMPIRAN



## DAFTAR TABEL

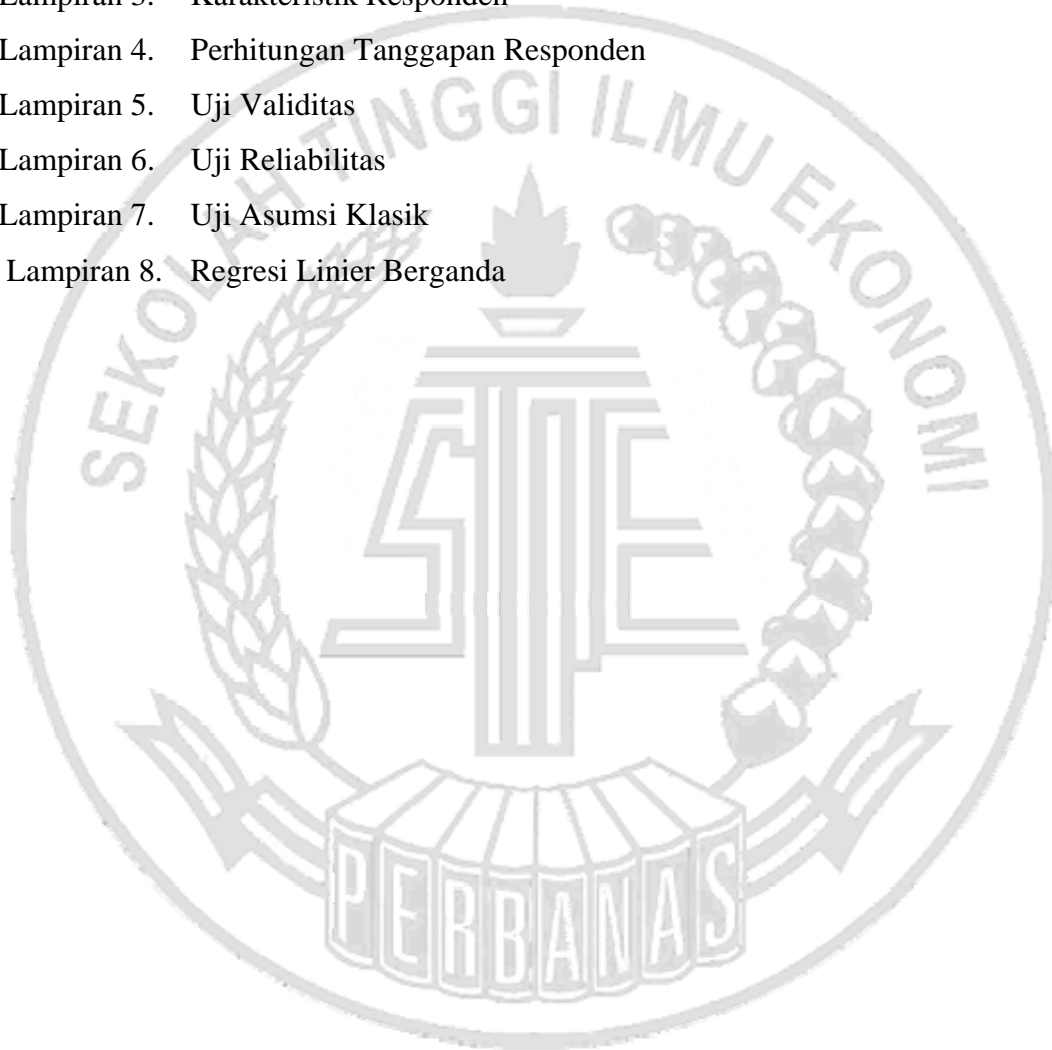
	Halaman
Tabel 1.1 Penjualan Batik Keris Periode 2015 – 2016	4
Tabel 2.1 Persamaan Dan Perbedaan Penelitian Sekarang Dengan Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Pengukuran Skala Kuesioner	31
Tabel 3.2 Kisi-Kisi Penyusunan Rancangan Kuesioner	32
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia	43
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	44
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Penghasilan	46
Tabel 4.6 Interval Kelas Variabel	47
Tabel 4.7 Tanggapan Responden Terhadap Citra Merek	48
Tabel 4.8 Tanggapan Responden Terhadap Harga	49
Tabel 4.9 Tanggapan Responden Terhadap Kepercayaan	50
Tabel 4.10 Tanggapan Responden Terhadap Niat Pembelian	51
Tabel 4.11 Rangkuman Hasil Uji Validitas	53
Tabel 4.12 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	54
Tabel 4.13 Perhitungan Normalitas Data	55
Tabel 4.14 Hasil Perhitungan Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.15 Hasil Perhitungan DWhitung	57
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hasil Perhitungan Regresi Linier Berganda	58
Tabel 4.17 Hasil Perhitungan Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.18 Hasil Uji Pengaruh Simultan	60
Tabel 4.19 Hasil Uji Pengaruh Parsial	62

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran Che-Hui Lien	11
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Ricky dan Adrian	13
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran Sutria	15
Gambar 2.4 Kerangka pemikiran	25
Gambar 4.1 Kategori Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Gambar 4.2 Kategori Responden Berdasarkan Usia	43
Gambar 4.3 Kategori Responden Berdasarkan Pendidikan	44
Gambar 4.4 Kategori Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Gambar 4.5 Kategori Responden Berdasarkan Penghasilan	46

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1. Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner
- Lampiran 3. Karakteristik Responden
- Lampiran 4. Perhitungan Tanggapan Responden
- Lampiran 5. Uji Validitas
- Lampiran 6. Uji Reliabilitas
- Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 8. Regresi Linier Berganda



# **THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRICE, AND TRUST TO PURCHASE INTENTION ON BATIK DANAR HADI IN SURABAYA**

**Ghozali**

**Email: 2013210492@students.perbanas.ac.id**

## **ABSTRACT**

*Purpose of this study is to determine the effect of independent variables such as brand image, price and trust on the dependent variable of purchase intention at Batik Danar Hadi in Surabaya. This research is associative quantitative research which data came from sum of 104 respondents and measured with Likert scale. Calculation technique in data analysis is multiple regression analysis. The result show that brand image has significant effect to purchase intention because it has  $t_{count}$  of 3,161 with significance level of 0,002 ( $p < 0,05$ ). Price has significant effect to purchase intention because it has  $t_{count}$  of 2,929 with significance 0,004 ( $p < 0,05$ ). Trust has a significant effect on purchasing intention because  $t_{count}$  is 2,132 with significance level of 0,035 ( $p < 0,05$ ). Together brand image, price and trust significantly influence purchase intention as much as 26.9%. This effect is significant because  $F_{count}$  is 12,240 with significance level of 0.000 ( $p < 0,05$ ).*

*Keywords: Purchase Intention, Brand Image, Price, Trust, Danar Hadi*

# **PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KEPERCAYAAN TERHADAP NIAT PEMBELIAN PRODUK BATIK DANAR HADI DI SURABAYA**

**Ghozali**

**Email : 2013210492@students.perbanas.ac.id**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yaitu citra merek, harga dan kepercayaan terhadap variabel terikat yaitu niat pembelian produk batik Danar Hadi di Surabaya. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif berjenis asosiatif. Data berasal dari sebanyak 104 responden yang diukur dengan skala Likert. Teknik perhitungan dalam analisa data adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Citra merek berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian karena memiliki angka  $t_{hitung}$  sebesar 3,161 dengan signifikansi 0,002 ( $p < 0,05$ ). Harga berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian karena memiliki angka  $t_{hitung}$  sebesar 2,929 dengan signifikansi 0,004 ( $p < 0,05$ ). Kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian karena angka  $t_{hitung}$  sebesar 2,132 dengan signifikansi 0,035 ( $p < 0,05$ ). Secara bersama-sama, citra merek, harga dan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap niat pembelian sebesar 26,9%. Pengaruh tersebut signifikan karena  $F_{hitung}$  diperoleh pada angka 12,240 dengan dukungan tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $p < 0,05$ ).

Kata kunci : *Niat Pembelian, Citra Merek, Harga, Kepercayaan, Danar Hadi*